

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 151/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
15. November 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 46 678

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 15. November 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterin Martens und des Richters Kunze

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 10 - vom 7. Juli 1999 aufgehoben.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortmarke

RAPIDVAC

ursprünglich für die Waren "Medizinische und chirurgische Geräte und Instrumente, Absauggeräte für Rauch".

Die Markenstelle für Klasse 10 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung wegen fehlender Unterscheidungskraft versagt. Das beanspruchte Markenwort sei in sprachüblicher Weise aus zwei beschreibenden Bestandteilen der englischen Sprache zusammengesetzt, wobei es sich bei "Vac" um ein Kurzwort für "Vacuum Cleaner" mit der Bedeutung "Staubsauger" handele und "Rapid" in seiner Bedeutung "schnell" sogar im deutschen Sprachgebrauch schon geläufig sei. In ihrer Gesamtaussage sei die Bezeichnung für die angesprochenen Verkehrskreise im Sinne von "Schnellsauger" unmittelbar und allein in diesem beschreibenden Sinne verständlich, weshalb es an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehle.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem Antrag,
den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Sie vertritt die Auffassung, daß der angemeldeten Bezeichnung als Wortneuschöpfung nicht jegliche Unterscheidungskraft fehle. Insbesondere stelle der Begriff "RAPIDVAC" kein gebräuchliches Wort der deutschen oder der englischen Sprache dar, sondern es handele sich hierbei um ein eigentümliches, griffiges Kunstwort. Es sei nicht zulässig, dieses Wort in seine beiden Bestandteile zu zerlegen und einer analytischen Betrachtungsweise zu unterziehen. Im übrigen treffe es nicht zu, daß "Vac" üblicherweise die Abkürzung für "Vacuum Cleaner" sei. Schließlich fehle ein unmittelbarer Bezug des angeblichen Begriffsinhaltes der Anmeldemarke zu den beanspruchten Waren. Denn es werde kein Schutz für "Staubsauger" beansprucht, sondern im wesentlichen für medizinische Absauggeräte.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der begehrten Eintragung der Wortmarke in das Markenregister steht weder das Eintragungshindernis des Freihaltebedürfnisses (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG) noch das der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) entgegen.

Nach den Feststellungen des Senats stellt das Wort "RAPIDVAC" keine unmittelbare warenbeschreibende Angabe im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG dar; insbesondere kommt ihr in der deutschen Übersetzung nicht ohne weiteres die Bedeutung "Schnellsauger" zu, wie die Markenstelle angenommen hat. Während "Rapid" zum Grundwortschatz der englischen Sprache zählt und in seiner Bedeutung "schnell" auch schon im deutschen Sprachgebrauch verwandt wird, ist die Bedeutung für "Vac" vielschichtiger. Die Annahme der Markenstelle "Vac" sei

allein als die übliche Abkürzung für "Vacuum Cleaner" zu verstehen, trifft nicht zu, ganz abgesehen davon, daß mit der Anmeldung überhaupt kein Schutz für "Staubsauger" beansprucht wird.. So hat zB eine Internet-Recherche des Senates ergeben, daß mit "Vac" auch Geräte zur Schaffung von Vacuum in Räumen bezeichnet werden (vgl zB Dust Recovery Equipment, [www. airblast. co. uk](http://www.airblast.co.uk) oder Danville Engineering Products, [www. daneng. com](http://www.daneng.com)), wobei in diesem Zusammenhang auch der Gerätename "RAPIDVAC" auftaucht, jedoch für Apparate zur Herstellung von staubfreien Räumlichkeiten. Daß "Vac" auch als Abkürzung für "Vacuum Cleaner" verwandt wird, und zwar im Sinne von Haushaltsstaubsaugern (Produkte der Firmen Hoover und Miele werden zB im Internet entsprechend beworben), erlaubt hingegen nicht den Schluß, "Vac" generell als Kürzel für Sauger im weitesten Sinne anzusehen und die Anmelde­marke im Sinne von "Schnellsauger" zu beurteilen. Eine solche Betrachtungsweise entspricht zum einen nicht sprachlicher Übung und ist zum anderen das Ergebnis einer markenregisterrechtlich unzulässigen Analyse der Marke. Kann der Wortmarke für die beanspruchten Waren damit aber kein eindeutig beschreibender Begriffsinhalt zugewiesen werden, ist ihr Begriffsgehalt vielmehr unscharf und mehrdeutig, kommt sie als freizuhaltende Sachangabe nicht in Betracht.

In dieser Einschätzung sieht sich der Senat durch die Eintragung von "RAPIDVAC" als Marke in Großbritannien, USA und Australien bestätigt, was zumindest ein Indiz dafür ist, daß "RAPIDVAC" nach dem originären englischen Sprachverständnis keine beschreibende Bezeichnung für die beanspruchten Waren darstellt. Ist nämlich ein fremdsprachiges Wort in dessen muttersprachlichen Land als Marke eingetragen worden, so ist dies neben den anderen Feststellungen, die den inländischen Verkehr betreffen, und die Zweifel an der beschreibenden Eigenschaft eines Wortes aufkommen lassen, ein weiterer Hinweis auf seine Eignung betriebskennzeichnend zu wirken (vgl BGH GRUR 1996, 771, 772 - The Home Depot -).

Soweit die Markenstelle auf die Entscheidung des Bundespatentgerichts zu "POWERVAC" (GRUR 1992, 353) Bezug nimmt, durch die die Schutzfähigkeit für "Staubsauger" als freihaltungsbedürftige beschreibende Angabe versagt worden

ist, können die dort angestellten Erwägungen auf das vorliegende Warengbiet der Klasse 10 nicht übertragen werden.

Vor diesem Hintergrund kann der angemeldeten Marke auch nicht jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG abgesprochen werden, da jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft ausreicht, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 1999, 1096 f ABSOLUT, YES und FOR YOU). Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß ihr die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt. So liegt der Fall wie ausgeführt hier, so daß die Beschwerde Erfolg haben mußte.

Stoppel

Martens

Kunze

Bb